

**(Re)productions du genre
dans les médias d'hier et d'aujourd'hui**

La date de réception des propositions a été prolongée au 20 juillet 2017. Les propositions d'environ 500 mots, accompagnées d'une note bio doivent être envoyées à estelle.lebel@com.ulaval.ca. Une réponse d'acceptation ou de refus sera retournée à la fin octobre afin qu'avec les participantes déjà identifiées, elle planifie le colloque qui se déroulera dans le cadre de la 8^e édition du Congrès international des recherches féministes dans la francophonie (CIRFF) à Paris, du 27 au 31 août 2018.

Colloque (Re)productions du genre dans les médias d'hier et d'aujourd'hui

Depuis l'émergence d'une critique féministe des médias, notamment dans la foulée aux États-Unis de la publication de l'essai de Betty Friedan, *The Feminine Mystique* (1963), plusieurs études ont examiné les médias sous l'angle de leur contribution à la (re)production de normes et de rapports de pouvoir sexués. Les premières recherches féministes sur ce sujet ont surtout illustré comment les médias, généraient des stéréotypes sexués ainsi que des rapports d'oppression et de domination, contribuant à ce que Gaye Tuchman a qualifié « d'annihilation symbolique des femmes » (1978).

Depuis quelques années cependant, les questionnements ont été reformulés afin de mettre en lumière l'interrelation entre les différents moments du processus communicationnel (production/message/réception), ainsi que les luttes et les tensions propres à chacun de ces moments. À travers ces trois axes, des recherches ont démontré la complexité des processus de production, les contradictions se déployant au sein même des messages, représentations et discours médiatisés et les capacités de résistance et de négociation des audiences en lien avec des contextes sociohistoriques, politiques, économiques et culturels précis. Le concept de genre, a également permis d'approfondir les constats scientifiques pour montrer la construction des rapports de pouvoir sexués en lien avec les médias. La dimension intersectionnelle du genre, permet également d'enrichir la réflexion sur l'inégalité des rapports entre les féminités et les masculinités et les médias. Les constats qui émergent de ces études montrent ainsi que les médias d'hier et d'aujourd'hui peuvent simultanément reproduire des normes dominantes, reformuler des contraintes et générer des luttes tout en intégrant des éléments pouvant être transgressifs qui déstabilisent les assignations sexuées et les oppositions binaires et intersectionnelles. C'est le cas notamment des nouveaux médias, qui peuvent à la fois être des terrains de sexisme (et de racisme) tout en jouant un rôle dans la transgression, voire la subversion, de normes sexuées. La récente popularité du hashtag #AgressionNonDenoncee (#BeenRapedNeverReported) incite à réfléchir aux dispositifs employés à cet effet.

Le présent appel à communications vise ainsi les contributions qui s'intéressent aux luttes, contraintes, résistances et possibilités liées aux médias francophones d'hier et d'aujourd'hui (écrits, électroniques et numériques). L'objectif est de mettre en lumière les dynamiques genrées, ou leurs dimensions intersectionnelles, au sein des trois moments du processus communicationnel qui pourront être abordés séparément ou en interrelation : la production des contenus; les discours, images, et représentations médiatisées; la réception. L'ensemble des contributions permettra de dégager la richesse de la réflexion actuelle sur la (re)production du genre dans les médias autour d'un champ scientifique théorique et méthodologique interdisciplinaire, à la croisée des sciences de l'information et de la communication, de l'histoire et de la sociologie des médias.

1) Production des contenus médiatisés

Les propositions de communication abordant ce premier moment pourront porter sur les manières dont le genre organise la production dans les médias. Les médias relevant d'industries culturelles, économiques et politiques, la production vise à l'intelligibilité des contenus en tirant profit des attentes des publics qui relèvent de constructions genrées. Le genre participe dès lors des imaginaires de la production qu'elle soit le fait d'individus ou d'organisations. La théorie des organisations genrées permet également de démontrer comment les valeurs, les normes et la culture d'une organisation sont également (re)produites et (re)productrices de dynamiques fondant et/ou défiant les relations de pouvoir sexuées.

2) Discours, images et représentations médiatisées

Les propositions de communication abordant ce deuxième moment du processus communicationnel permettront d'illustrer les normes et les assignations genrées dans les discours, images et représentations médiatiques. Elles expliciteront de manière non exclusive, comment les représentations sont à la fois produites par le genre et contribuent à sa reproduction sur un mode itératif. En analysant les contenus et leurs mises en forme, il est possible d'accéder au travail de naturalisation des normes de genre. Il est également possible de mettre en évidence les représentations contre-hégémoniques, les failles et disruptions éventuelles aux normes genrées, ainsi que les processus de réappropriation des figures déjouant la norme.

3) Réception des contenus médiatisés

Les propositions de communication abordant ce troisième moment du processus communicationnel permettront de montrer en quoi l'expérience de réception peut être genrée. La rencontre avec les publics éclaire les pratiques de décodage diversifiées se caractérisant par une forte dimension affective s'appuyant sur des valeurs, des croyances, des appartenances qui génèrent des stratégies variées d'appropriations. Les communautés de fans dans les « médias anciens » ou d'amis et de blogueuses qui se suivent dans les « médias nouveaux » sont symptomatiques de cette relation. Elles obéissent à des processus codifiés qui témoignent de la normativité de ces pratiques. Partant de ce

constat, il s'agit d'examiner l'expérience genrée de réception y compris dans sa dimension interactive et intersectionnelle, dans la quotidienneté et dans des événements spécifiques.

Responsable :

Estelle lebel estelle.lebel@com.ulaval.ca

Directrice de la revue Recherches féministes Professeure associée,
Département d'information et de communication
Université Laval

Participant·es :

Baillargeon Denyse
Professeure titulaire
Département d'histoire
Université de Montréal
Montréal (Québec) Canada

Brun Josette
Professeure titulaire
Département d'information et de communication
Université Laval
Québec, Canada

Caroline Caron
Professeure agrégée
Département des sciences sociales
Université du Québec en Outaouais
Gatineau (Québec) Canada

Laurie Laplanche
Postdoctorante
Université du Québec à Montréal
Montréal (Québec) Canada

Manon Niquette
Professeure titulaire
Département d'information et de communication
Université Laval

Mots clés

Médias/ nouveaux médias/intersectionnalité/production/réception

Bibliographie

BERENI, Laure, Sébastien CHAUVIN, Alexandre JAUNAIT et Anne RÉVILLARD. 2012. *Introduction aux études sur le genre. 2^e édition revue et augmentée*. Paris et Bruxelles : De Boeck Université, 357 p.

COULOMB-GULLY, Marlène. 2010. « Féminin/Masculin : question(s) pour les SIC. Réflexions théoriques et méthodologiques ». *Questions de Communication*. No 17, p. 170-193.

FRIEDAN, Betty. 1963 [1978]. *La femme mystifiée*. Réédition traduite de l'anglais par Yvette Roudy. Paris : Éditions Gonthier, 450 p.

GALLAGHER, Margaret. 2003. « Feminist Media Perspectives ». In *A Companion to Media Studies*. Angharad N. VALDIVIA. (dir.). Oxford : Blackwell Publishing, p. 19-39.

HALL, Stuart. 1994 [1973]. « Codage/décodage ». *Réseaux*. Vol. 12, no 68, p. 27-39.

MENDES, Kaitlynn et Cynthia CARTER. 2008. « Feminist and Gender Media Studies: A Critical Overview ». *Sociology Compass*. Vol. 2, no 6, p. 1701-1718.

SCOTT, Joan W. 2012. *De l'utilité du genre*. Paris : Éditions Fayard, 219 p.

TUCHMAN, Gaye. 1978. « Introduction : The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media ». In *Hearth and Home. Images of Women in the Mass Media*. Gaye TUCHMAN, Arlene KAPLAN DANIELS et James (éds). New York : Oxford University Press.

VAN ZONEN, Liesbet. 1994. *Feminist Media Studies*. Londres : Sage Publications, 173 p.